

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketoiminnan logistiikka / Logistiikkapalveluiden kehittäminen ja markkinointi

Mirva Ala-Krekola

MATKAILUN OHJELMAPALVELUALAN  
LOGISTIIKKAOHJELMATARPEET

Opinnäytetyö 2012

## TIIVISTELMÄ

### KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

#### Liiketoiminnan logistiikka

ALA-KREKOLA, MIRVA

Opinnäytetyö

Työn ohjaaja

Toimeksiantaja

Huhtikuu 2012

Avainsanat

Matkailun ohjelmapalvelualan logistiikkaohjelmatarpeet

37 sivua + 5 liitesivua

lehtori Eeva-Liisa Kauhanen, kauppatieteiden maisteri

Kymi Technology

logistiikkaohjelma, ohjelmapalveluyritykset,  
logistiikanhallinta, logistiikan merkitys

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli kartoittaa Kymenlaakson alueen ohjelmapalvelualan yritysten logistiikkaohjelmien käyttöä. Työn tavoite oli selvittää mitä tarpeita alan yrityksillä logistiikkaohjelmalta on eli mitä niiden logistiikkaan sisältyy ja miten ohjelmat voisivat palvella logistiikan hoitamista entistä paremmin.

Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin kyselyä. Yrittäjiltä ja yrityksiltä kysyttiin heidän käsityksiään logistiikasta sekä sen ohjaukseen liittyvän ohjelman käytöstä. Tuloksista ilmeni, että Kymenlaakson alueen ohjelmapalveluyrittäjät eivät pääasiassa käytä logistiikkansa hallintaan siihen suunniteltua ohjelmaa. Myös halukkuutta lähteä kehittämään ohjelmaa yhdessä Kymi Technologyn kanssa kysyttiin, mutta kyselyyn vastanneet yritykset eivät olleet kiinnostuneita.

Tutkimus lähetettiin sähköpostitse kolmeen kymmeneen kahteen yritykseen, joista vastauksen lähetti kuusi yritystä. Vastausprosentti oli 18,75. Näistä yrityksistä kaksi ilmoitti, että heillä kyseiset palvelut on ulkoistettu, joten he eivät pysty vastaamaan kyselyyn. Tutkimuksen perusteella voidaan tehdä johtopäätökset, että logistiikalla ei koeta olevan suurta merkitystä alueen yrityksissä. Suurimmassa osassa vastauksia logistiikan merkitys rajoittui pelkkiin kaluston ja materiaalien siirtoon sekä järjestelyihin. Osa täsmensi myös resurssien ja ajan oikeaa käyttöä.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Logistics

ALA-KREKOLA, MIRVA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

April 2012

Keywords

Logistical Needs in Tourism Activities

37 pages + 5 pages of appendices

Eeva-Liisa Kauhanen, senior lecturer, MBA

Kymi Technology

logistics programme, tourism activities, companies, logistics management, significance of logistics

The aim of this study was to research the use of tourism activities services using in Kymenlaakso. The meaning of this study was to find out what needs companies have for logistics programs. This survey tried to find out what program services logistics of companies include and how programs can help take care of logistics.

The research method used to collect data was questionnaire. Entrepreneurs and companies were asked about their understanding of logistics and how they manage it. It was funded out that program services companies in Kymenlaakso do not mainly use any logistics program to manage their logistic. Questionnaire asked about willingness to develop logistics program together with Kymi Technology. As results there was no willingness to develop such a.

The questionnaire was sent by email to thirty-two companies and six of them answered. Response rate was 18, 5 %. Two of the respondents had written that they could not answer because they had outsourced those services. Because of the results it is possible to conclude that logistics is not so important to companies. Most of the respondents were writing about the meaning of logistics limited to equipments and material moving. Also resources and using time correctly were mentioned.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TYÖN TAVOITTEET JA TUTKIMUSONGELMAT	7
2.1	Työn tavoitteet ja rajaukset	7
2.2	Tutkimusongelmat	7
3	LOGISTIIKAN MERKITYS YRITYKSILLE	8
3.1	Logistiikka ja sen kustannukset	9
3.2	Logistiikan tehokkuus ja kustannusvaikutukset	10
3.3	Palveluyritysten sisäiset logistiikkaprosessit	12
3.4	Tilaus-toimitusketju	13
4	LOGISTIIKKAJÄRJESTELMÄT	13
4.1	Järjestelmät ja niiden hyödyt	14
4.2	Verkottuminen ja sähköinen viestintä	15
4.3	Säästöt ja käytettävyys	16
5	OHJELMAPALVELUYRITYKSET	17
5.1	Teemat ja luokittelu	18
5.2	Ohjelmapalveluyritysten koko	19
5.3	Asiakkaat	20
6	TUTKIMUKSEN TOTETUTTAMINEN	20
6.1	Tutkimustulokset	20
6.1.1	Yritysten tiedot	20
6.1.2	Käsitykset logistiikasta	22
6.1.3	Logistiset toiminnot ja niiden hallinta	23
6.1.4	Logistiikkaohjelma	25
6.1.5	Logistiikkaohjelman kehittäminen	27
6.2	Tutkimustulosten analysointi	28
6.2.1	Logistiikanmerkitys vastanneissa yrityksissä	29
6.2.2	Kustannusvaikutusten analysointi	30
6.2.3	Logistiikanhallinta ohjelman avulla	31
6.3	Jatkotoimenpiteet ja kehitysehdotukset	33

7 POHDINTA	34
LÄHTEET	36
LIITTEET	

Liite 1. Kyselyn saateteksti

Liite 2. Kysely

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoitus oli kartoittaa Kymenlaakson alueen ohjelmapalvelualan yritysten logistiikkaohjelmien käyttöä. Opinnäytetyön aiheen sain Cursor Oy:ltä. Cursor Oy:n tarkoituksena oli selvittää, kuinka paljon alan yritykset ja yrittäjät panostavat logistiikkaan ja minkä verran yrityksissä hyödynnetään logistiikkaohjelmia, jos hyödynnetään.

Opinnäytetyön pohjalta Cursor olisi mahdollisesti voinut myös lähteä kehittämään juuri ohjelmapalvelualalle räätälöityä logistiikkaohjelmaa, mikäli yrityksiltä olisi ollut kiinnostusta. Kuitenkin työn aloituksen jälkeen sain tietää Cursorin puolelta projektia hoitaneen henkilön vaihtaneen työpaikkaa, joten työn toimeksiantajaksi vaihtui Kymi Technology.

Työn tavoitteena oli selvittää, käyttävätkö ohjelmapalvelualan yrityksen toiminnassaan logistiikkaohjelmaa, jonka avulla he koordinoisivat välineistöään, asiakastilauksia ja suunnittelisivat välineistön sekä asiakkaiden kuljetuksia. Cursor Oy:n jättäytyttyä pois päätin rajata opinnäytetyön koskemaan vain Kymenlaakson alueen yrityksiä. Näin saataisiin tietoa lähialueen yrittäjien käsityksistä logistiikasta ja sen hyödyllisyydestä heidän yrityksissään.

Työn pääongelma oli, miten yrittäjä hallitsee logistiikkaansa. Tämän selvittämistä varten lähetin yrityksille kyselyn, jonka avulla kartoitettiin yritysten käsitystä logistiikasta ja valmiutta käyttää logistiikanhallintaohjelmaa.

Kymi Technology haluaa opinnäytetyöstä tiedon, kuinka suuri osa alan yrityksistä käyttää toiminnassaan logistiikkaohjelmia vai käyttävätkö ne. Mikäli tarvetta ja halukkuutta logistiikkaohjelmaa kohtaan ilmenee, Kymi Technology on valmis kehittämään ohjelmapalveluyritysten kanssa ohjelmaa, joka vastaisi juuri näiden yritysten tarpeita, parantaisi sitä kauttayritysten logistista prosessia ja toisi toimintaan tehokkuutta sekä säästöjä pitkällä aikavälillä.

Työ on hyvin ajankohtainen, koska juuri tälle alalle suunnattuja logistiikkaohjelmia ei Cursor Oy:n edustajan mukaan ole vielä olemassa. Hän perusteli näkemyksensä kymmenen vuoden alanyrittäjäyydellään. Ohjelmapalveluala on hyvin kirjava, eli yrityksillä on paljon erilaisia tarpeita logistiikalta, mutta niitä ei ehkä ole osattu tunnistaa.

Niiden tunnistamisen avulla voidaan kehittää ohjelma, joka helpottaa myös näiden yritysten toimintaa, asiakkaiden osatessa vaatia yhä täsmällisempää ja parempaa palvelua yrityksiltä.

## 2 TYÖN TAVOITTEET JA TUTKIMUSONGELMAT

Tässä luvussa kuvaillaan opinnäytetyön tavoite sekä rajataan tutkimus. Myös tutkimusongelmien käsittely pää- ja alakysymyksiin kuuluvat tähän lukuun.

### 2.1 Työn tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyössäni matkailun ohjelmapalvelualan käyttämistä logistiikkaohjelmista on tarkoitus kartoittaa sitä, mitä logistiikkaohjelmatarpeita alan yrityksillä logistiikkaohjelmilta on eli mitä niiden logistiikkaan sisältyy ja miten ohjelmat voisivat palvella logistiikan hoitamista entistä paremmin.

Suomessa on noin 500 ohjelmapalvelualan yrittäjää, joiden toimialat vaihtelevat hiihtokeskuksista aina koskenlaskua järjestäviin yrityksiin. Kymenlaakson alueelta löysin noin 30 yritykseltä Internet-sivut, enkä usko yrityksiä kokonaisuudessaan olevan kovin montaa enempää. Näillä kaikilla yrityksillä on erilaiset logistiikkatarpeet. Tarkoitukseni on kartoittaa mitä kaikkea logistiikka voi näissä yrityksissä pitää sisällään, mitä ongelmia siinä mahdollisesti on ja miten logistiikkaohjelma voisi helpottaa logistiikan suunnittelua ja toteuttamista.

### 2.2 Tutkimusongelmat

Tutkimuksen pääkysymys ja –ongelma liittyy logistiikkaohjelmaan. Käyttävätkö yrittäjät minkäänlaista ohjelmaa logistiikkansa hallintaan vai luottavatko he vain omaan muistiinsa ja ruutupaperille kirjoitettuun summittaiseen tietoon? Miten yrittäjä hallitsee logistiikkaansa?

Pääkysymys voidaan jakaa lukuisiin täsmentäviin alakysymyksiin. Onko yrityksessä ajateltu logistiikan merkitystä? Miten yrittäjät ymmärtävät logistiikan omassa yrityksessään? Miten sitä voitaisiin parantaa? Onko logistiikassa esiintynyt ongelmia? Minkälaisia ongelmia on logistiikassa esiintynyt? Miten niitä voitaisiin ennakoida ja estää? Onko virheitä tai ongelmia esiintynyt usein välineiden hallinnassa? Kokevatko

yrittäjät että, logistiikkaohjelmasta voisi olla heille hyötyä? Minkälaisia edellytyksiä yrityksillä on käyttää web-pohjaista logistiikkaohjelmaa? Onko tarvetta lähteä kehittämään toimivaa logistiikkaohjelmaa? Minkälaisia summia yrittäjät mahdollisesti haavat sijoittaa projektiin? Minkälaisia odotuksia yrityksillä on logistiikkaohjelmalta?

### 3 LOGISTIIKAN MERKITYS YRITYKSILLE

Logistiikkaan voidaan laskea kuuluvaksi hankinta-, tuotanto-, pääoma-, materiaali- ja tietovirratt, jakelu ja kierrätys, lisäksi tuki-, huolto-, kuljetus- ja varastointipalvelut. Myös asiakaspalvelu ja lisäarvopalvelut kuuluvat kokonaisvaltaiseen logistiikkaan.

Nykyaikainen logistiikka siis yhdistää useita eri toimintoja yrityksissä. Näin yrityksen toiminta saadaan järjestettyä yhdeksi suureksi, toimivaksi prosessiksi, jonka toimintaa voidaan tarkastella eri osa-alueilta. Näin logistiikka liittyy jokaiseen toimintoon yrityksessä, syntyy arvoketju. Arvoketjuun liittyy kaikki toiminnot joilla yritys tuottaa lisäarvoa asiakkaalle ja kilpailee muita toimijoita vastaan. Arvoketjuajatteluun liittyy tiiviisti ylä- ja alavirta. Ylävirtaan voidaan katsoa kuuluvaksi toimittajia, joilta materiaali tai raaka-aineet tulevat. Alavirta taas koostuu asiakkaista, joille yritys tuottaa palveluitaan. Yrityksen kannalta on tärkeää tehdä yhteistyötä molempien virtojen kanssa. Sillä saadaan aikaan kustannussäästöjä, ja se vaikuttaa myös palvelutasoon, jotka ovat molemmat hyvin keskeisiä logistiikan seurannan kannalta.

(Karrus 2003, s.13–15.)

Yritysten toimintaympäristöön vaikuttavia seikkoja on lukuisia. Toiset ovat kuitenkin muita tärkeämpiä ja osaan taas vaikuttaa suuresti ala, jolla yritys toimii. Yleisimpiä toimintaympäristöön vaikuttavia tekijöitä ovat:

- alueen elinkeinorakenne
- käytettävissä oleva työvoima
- markkinatilanne
- liikenneyhteydet
- logistiikkapalvelut
- sijainti ja alueen vetovoimaisuus
- tarjolla olevat yrityspalvelut



- henkilöliikenne ja sen toimivuus
- toiminnan yleiset puitteet
- lähteet, joista yritys tekee hankintoja.

Nämä vaikuttavat yrityksen toimintaan toimialoitain ja sijainneittain enemmän tai vähemmän. Logististen palveluiden laatu, kustannukset ja saatavuus vaikuttavat monella eri tavalla. Toisille asiakkaille on tärkeää palvelun laatu ja nopeus, mutta toiset arvostavat räätälöityjä palveluita. Siksi täytyisikin osata tarjota asiakkaan mukaan joko molempia tai juuri oikeanlaista logistista palvelua.

Myös sijainnilla on suuri merkitys yrityksen toiminnalle. Jos markkinat sijaitsevat toisaalla, selviytyminen sivummalla voi olla hankalaa, koska loppujen lopuksi asiakas ratkaisee. Myös tuotannontekijöiden sijainnilla on merkitystä. Jos ostettavat palvelut tai tuotteet sijaitsevat kaukana niiden käyttöpaikasta, se voi olla hyvinkin ratkaisevaa yrityksen kannattavuudella ja sitä kautta toiminnalle.

(Liikenne- ja viestintäministeriö 2005.)

### 3.1 Logistiikka ja sen kustannukset

Logistiikan merkitys on suurin yritysten materiaali-, pääoma- ja tietovirroille ja niihin liittyvien prosessien hallinnalle. Logistiikassa tavoitteena on aina saada oikea tuote tai palvelu oikeaan aikaan juuri sinne missä sitä tarvitaan. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2005.)

Logistiikan avulla yritykset pyrkivät tuottamaan asiakkailleen lisäarvoa, joka myös lisää yrityksen kokonaiskannattavuutta. Hinnittelun, tuotteen tai palvelun sekä jakelukanavan ja myynninedistämisen on tuotettava yhdessä suhteellisesti enemmän hyötyä kuin jokainen tekijä yksinään, eli ne tuottavat yhdessä synergian takia enemmän hyötyä yhdessä. Jokaisen yrityksen olemassaolon perusta on sen tulos, ja yritys ei tuota riittävästi, se ei ole kannattava. Logistiikan tehtävä yrityksissä on hallita kokonaisuutta, jotta tuloksesta saadaan riittävän hyvä yrityksen jatkon takaamiseksi. Tulos on jokaisen yrityksen olemassaolon perusta, sillä ilman kunnollista tulosta yritys ei kauaa pyöri.

Logistiikkaan voidaan katsoa liittyväksi toiminnot, jotka eivät ole kosketuksissa myyntiin, hallinnolliseen toimintaan tai itse tuotteen fyysiseen valmistukseen. Toiminnot, jotka jollain lailla liittyvät logistiikkaan, aiheuttavat myös kustannuksia. Jotta ne ovat kannattavia, täytyy niiden tarjota asiakkaalle myös lisäarvoa. Logistiikasta johtuvat kustannukset voidaan jakaa hallinto-, pääoma-, kuljetus- ja varastointikustannuksiin. Näistä kuljetuskustannukset ovat selvästi suurin kustannustekijä.

(Hokkanen, Karhunen, Luukkainen 2004, s.67–68.)

Jotta logistiikan avulla voidaan tuottaa yritykselle kilpailuetua, täytyy kokonaiskustannuksia pystyä minimoimaan ja samalla asiakaspalvelun tasoa nostamaan. Saavutetun kilpailuedun avulla voidaan pitkällä aikavälillä toimia kannattavammin, koska yrityksen tulos paranee. Näin logistiikka toimii tuotannon ja markkinoinnin yhdistävänä tekijänä. Se toimii eräänlaisena ajurina toimintojen välillä, saaden aikaan rajapinnat, joissa osa logistisista toiminnoista tapahtuu.

Rajapinnassa tapahtuviksi toiminnoiksi voidaan luokitella tuotannon ja perustoimintojen välillä hankinta, tuotannon aikataulutus ja sijainnin määrittäminen. Perustoimintojen ja markkinoinnin välillä niitä ovat hinnoittelu, jakelukanava ja asiakaspalvelustandardit sekä myös pakkaus, jolla ei palveluyrityksessä ole merkitystä.

(Hokkanen, Karhunen, Luukkainen 2004, s.70.)

Suomalaisissa yrityksissä suurimmat logistiikkaan liittyvät kustannukset ovat kuljetuskustannuksia. Seuraavaksi suurimpia kustannuksia ovat varastointi ja varastoon sitoutuneen pääoman kustannukset. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010.)

### 3.2 Logistiikan tehokkuus ja kustannusvaikutukset

Logistiikan osuus kustannuksista suomalaisissa yrityksissä on vuonna 2008 ollut keskimäärin 14,2 % liikevaihdosta. Luku pitää sisällä varastoimisen, kuljettamisen sekä hallinto- ja muut logistiikan kulut.

Varastoimalla voidaan tuottaa lisäarvoa, mutta usein varastoidaan myös aivan turhaan. Varastoiminen ja kuljettaminen aiheuttavat yrityksille suuria kustannuksia. Keskimäärin kuljetuksen aiheuttavat Suomessa 6,3 %:n ja varastointi noin 2,8 %:n kulut liike-

vaihdosta. Tämän lisäksi varastoihin sitoutunut pääoma oli noin 3,2 % luokkaa. Muut logistiikkaan liittyvät ja logistiikan hallintoon liittyvät kulut olivat yhteensä 2 % :n luokkaa liikevaihdosta. Korkeaksi nousevat logistiikkakustannukset ovat harvaanasutuilla alueilla ongelmallisia.

(Sakki 2009, s.101–102.)

Jotta liiketoimintaa voidaan toteuttaa halutunlaisessa mittakaavassa, on käytössä oltava riittävästi henkilöstöä ja resursseja, jotta toiminta on pysyvää. Resursseja on kahdenlaisia, välittömiä ja välillisiä. Välittömiä eli muuttuvia kuluja ovat osien ja raaka-aineiden käyttökustannukset sekä jälleenmyyntiä varten ostettujen tuotteiden ostohinnat. Välittömät kulut syntyvät valmistuksen työntekijöiden palkoista.

Välillisiin kuluihin voidaan laskea lähes kaikki muut kulut. Ne syntyvät, kun resursseja ei pystytä kohdistamaan tietyn tuotteen tai palvelun valmistamiseen liittyviksi kuluiksi. Tilaus-toimitusprosessiin liittyvät kulut ovat välillisiä eli kiinteitä kuluja. Niitä voivat olla esimerkiksi logistiikan, myynnin, asiakaspalvelun tai oston aiheuttamat kulut. Myös markkinointi, matkustus, toimitila, tietojärjestelmä ja koneista ja laitteista aiheutuvat kulut ovat kiinteitä kuluja.

Koska kustannuksia pyritään kohdistamaan sinne, missä ne syntyvät, on yleinen tapa jakaa yleiskustannukset prosenttiosuuden perusteella eri aiheuttajien kesken. On hyvin hankala laskea tarkasti, missä mikään kustannus vaikuttaa, koska sama kustannus voi vaikuttaa useammassakin paikassa. Järkevintä on tämän takia jakaa kokonaiskustannus tietyin prosenttiosuuksin kaikkien kustannuksia synnyttävien paikkojen kesken.

Kustannusten kohdistaminen sen synnyttäjään on tärkeää palveluiden hinnoittelun takia. Jos ei tiedetä, missä kustannukset syntyvät, ei myöskään voida hinnoitella palvelua tai tuotetta niin, että tuotto peittää kaikki syntyvät kustannukset. Se vaikuttaa myös kannattavuuden seurantaan. Mikäli kustannukset tuotteelle on laskettu väärin, ei voida sanoa mitä tuotettava palvelu tai tuote todella tuottaa valmistavalle yritykselle.

(Sakki 2009, s.48–49.)

Logistiikka 2010 – selvityksessä vastaajista 80 % oli sitä mieltä, että logistiikka vaikuttaa suuresti asiakaspalveluntasoon. Lisäksi 85 - 90 % kokee, että logistiikka vaikut-

taa merkittävästi yrityksen kannattavuuteen. Suurissa ja keskisuurissa yrityksissä on ymmärretty parhaiten logististen toimintojen vaikutusta koko liiketoimintaan. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010.)

Logistiikan keskeisimpiä tavoitteita on tehokkuuden parantaminen, ja sen arvioimisessa tulee ottaa huomioon laatu ja kustannukset. Tehokkuutta parannettaessa voidaan luoda aivan uusia toimintamalleja tai lähteä parantamaan jo olemassa olevia toimintatapoja. Täysin uusien toimintatapojen käyttöönotto yleensä vaatii uusien tuotteiden tai palveluiden luomista tai vanhojen täydellisen uudistamisen. Jo olemassa olevien toimintamallien uudistaminen vaatii tarkkaa suunnittelua, jotta voidaan muokata palvelua aiempaa paremmaksi toiminnaltaan. Jotta vanhaa ja uutta voidaan verrata ja jatkuvaa kehitystä seurata, täytyy tehokkuudelle asettaa mittareita, joiden avulla sitä on mahdollista tarkastella.

Mittareiden valinnassa täytyy olla erittäin tarkkana. Väärin valitut mittarit antavat virheellisiä tuloksia, eli ne eivät kerro totuutta yrityksen tehokkuudesta. Yleisiä mittareita tehokkuuden mittaamiseksi ovat määrä ja aika sekä tietysti laatu ja kustannukset. Mittareiden tärkein tehtävä on antaa objektiivista tietoa logistiikan tehokkuudesta yrityksessä; näin voidaan seurata ja tilastoida pitkältikin aikaväliltä tietoa tehokkuudesta juuri yhdessä yrityksessä. Tietoja voidaan myös vertailla muihin saman alan yrityksiin, jotta nähdään oman yrityksen tehokkuus verrattuna keskimäärin alan tehokkuuteen.

(Karrus 2003, s.169–170.)

### 3.3 Palveluyritysten sisäiset logistiikkaprosessit

Materiaalin käsittely liittyy kiinteästi logistiikkaan. Se sisältää kaikki ne toimenpiteet, jotka vaikuttavat tuotannon muokkaamiseen ja materiaalin liikutteluun. Varastointi ei ole materiaalinkäsittelyä vaan säilyttämistä. Sisäiset siirrot ovat materiaalin käsittelyä, jossa tavaraa liikutellaan yrityksen toimitilan tai toimipaikkojen välillä. Ne voivat olla kuljetuksia, mutta niiden tarkoituksena on siirtää tavaraa paikasta toiseen tarpeen mukaan. Siirrot liittyvät hyvin kiinteästi tuotantoon, ja niiden avulla tuotetaan jotakin, mitä yritys myy eteenpäin. Säännöllisen materiaalivirran hoitoon käytetään yleensä kuljetusreittejä, jotta siirroista saadaan selkeitä ja aikataulutettuja. (Hokkanen, Karhunen, Luukkainen, 2004, s.160–161.)

Palveluita voidaan verrata tuotteisiin, jolloin havaitaan palveluiden eroavan tuotteiden logistiikasta siinä, ettei niitä voida tuottaa valmiiksi varastoon ja käyttää tarpeen vaatiessa. Palvelut tuotetaan ja käytetään välittömästi tuottamisen jälkeen. Sen takia palvelutoiminnan ohjauksella on suuri merkitys palvelukapasiteetin hallinnassa. Yritysten täytyy pystyä tuottamaan palveluita juuri silloin kun asiakkaat niitä tarvitsevat. (Karrus 2003, s.97.)

Karruksen (2003, 98) mukaan yksinkertainenkin palvelutoiminto voi vaatia paljon työtä, ennen kuin se saadaan suoritetuksi. Tämän takia tehtäväänsä koulutetut työntekijät ovat palveluyrityksessä avainasemassa. Myös palvelun rakennetta tulisi Karruksen mukaan miettiä, ja palvelu tulee rakentaa niin, että siitä tulee helposti toteutettava kokonaisuus.

### 3.4 Tilaus-toimitusketju

Tilaus-toimitusketju on peräkkäisistä tapahtumista koostuva prosessi. Prosessin eri vaiheissa tapahtuu toisiaan täydentäviä vaiheita. (Sakki 2009, s.50.) Ketjun hallintaan osallistuvat kaikki yrityksen työntekijät. Ketju lähtee liikkeelle kun, asiakas tilaa jonkin tuotteen tai palvelun. Sen jälkeen tilauksesta täytyy tehdä tietoiimpulssi seuraavalle tai seuraaville portaille tiedoksi. Tietovirtojen ja kommunikaation kautta asiakkaan tilaus lopulta varataan, suunnitellaan, valmistellaan ja toteutetaan. Tähän prosessiin liittyvät usein eri osastot yrityksessä. Ilman niiden yhteispeliä ei asiakkaan tilausta saada toteutetuksi.

Tilaus-toimitusketju on tietojen, tavaroiden ja rahan käsittelyä ja ohjaamista. Se voi sisältää suunnittelua, myyntiä, ostoja, tilausten hallintaa ja erilaisten oleellisten tietojen välittämistä eteenpäin. Ketjuun kuuluu myös toteuttamisosa, jossa tavaraa käsitellään, kuljetetaan, valmistetaan, varastoidaan tai se voi olla näiden toimien edellyttämää paperityötä sekä valvontaa.

(Sakki 2009, s.21.)

## 4 LOGISTIIKKAJÄRJESTELMÄT

Yrityksen toiminnan onnistunut ohjaaminen vaatii kattavaa informaatiojärjestelmää. Sen avulla voidaan analysoida yrityksen menneisyyttä ja keskittyä tähän hetkeen pa-

remmin, kun tiedetään mitä milloinkin tapahtuu, sekä nähdä tulevaisuuden kehitysmahdollisuuksia. Toimintaa voidaan ohjata erilaisten tekniikoiden ja työkalujen avulla siihen suuntaan, kuin yrityksen nähdään tarpeelliseksi mennä. Tarpeeksi kehitetyt järjestelmät voivat olla hyvinkin automaattisia, joten niiden päivittämiseen ei tarvitse näyttää hirveästi aikaa. Näin säästetään työaikaa tärkeämmille asioille ja syntyy kustannussäästöjä. Esimerkiksi asiakastilauksen kulku järjestelmässä etenee sitä mukaa, kun sen toteutus etenee, tilauksesta aina laskutukseen saakka.

Jotta järjestelmä olisi juuri oikein mitoitettu ja jokaisen yrityksen tarpeisiin suunnattu, täytyy yrityksen sisällä miettiä hyvin tarkkaan sen omat prosessit. Yrityksen sisäisten prosessien tunnistamisella voidaan karsia myös turhia välivaiheita pois, kun ensin tunnistetaan tärkeät asiat.

(Keskinen 2000, s.128–129.)

#### 4.1 Järjestelmät ja niiden hyödyt

Eri yritysten ja organisaatioiden väliseen tiedonsiirtoon tarkoitettua ohjelmaa kutsutaan EDI:ksi. Suomeksi se on OVT eli organisaatioiden välinen tiedon siirto. Sen tarkoituksena on helpottaa eri yritysten ja organisaatioiden välistä tiedonsiirtoa. Tietojen vaihto tapahtuu kansainvälisten standardien mukaan, joita käytettäessä väärinkäsitysten mahdollisuus on pieni.

EDI käyttää määrämuotoisia sanomia tiedonsiirtoon elektronisesti tietokoneelta toiselle, sähköisenverkon välityksellä. Esimerkiksi Suomessa pankkienvälinen maksuliikenne on määrämuotoisilla sanomilla hoituvaa tiedonsiirtoa. Määrämuotoisuus EDI:ssä tarkoittaa sitä, että kaikki välitettävät sanomat ovat rakenteeltaan samanlaisia. Jotta kaikki tiedonsiirron osapuolet varmasti ymmärtävät vastaanotettuja sanomia ja osaavat sellaisen myös itse laatia, on pelisäännöistä hyvä sopia etukäteen. Jokin tietty koodi tarkoittaa aina samaa asiaa, jotta sekaannuksilta vältytään.

(Auvinen, Aspelin, Berg, Koskinen, Mickelson 1994, s.4-5.)

Jotta informaatiojärjestelmä voidaan ottaa käyttöön ja saada siitä suurimmat hyödyt yritykselle täytyy sen osata markkinoida ohjelma ensin henkilökunnalle. Ilman henkilöstön sitoutumista uuden järjestelmän käyttöönotto voi olla hankalaa tai jopa mahdo-

tonta. Kun yrityksen työntekijät on saatu mukaan logistiikkaa ohjaavan ohjelman käyttöön koulutuksen avulla, täytyy myös asiakkaat muistaa huomioida.

Pitkäaikaiset asiakkaat osaavat arvostaa järjestelmää, joka parantaa yrityksen sisäistä toimivuutta, antaa asiakkaille entistä paremmat mahdollisuudet palveluiden käyttöön ja parantaa palveluiden tasoa. Kun asiakkaat ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun, he palaavat entistä useammin saman yrityksen asiakkaiksi, mikäli asiakassuhde ei ole kiinteä. Tämä taas vähentää suoramarkkinoinnin tarvetta.

(Keskinen 2000, s.129–140.)

#### 4.2 Verkottuminen ja sähköinen viestintä

Yritystoiminta muuttuu jatkuvasti ja tähän muutokseen vastattaessa on verkottumisen ta yritysten välillä tullut entistä yleisempää. Yrityksen keskittyvät entistä useammin kapealle sektorille eivätkä tee enää kaikkea itse. Toinen yritys taas on erikoistunut erisektoriin, joten yhteistyö yritysten välillä on entistä tiiviimpää. Näin yritysten konkonaistoinnasta saadaan tehokasta ja jokainen voi keskittyä omaan erikoisosaamiseensa. Nykyään verkottuminen saattaa myös olla perusedellytys liiketoiminnan jatkamisen kannalta, jos ei verkotu ei myöskään selviä.

Verkottumalla haetaan yhteistyöstä voimaa, jolla yritystoimintaa voidaan jatkaa (Verkottuvat pienosuuskunnat 2011). Synergia tarkoittaa yhteistyön tuloksena syntyvää suuruuden etua. Synergian avulla voidaan jakaa toisten yrityksen osaaminen ja kokemus niin, että siitä on kaikille hyötyä.(Edu 2011) Verkostoitumalla voidaan pyrkiä lisäämään tehokkuutta, hyötyä, saamaan strategista hyötyä ja kustannussäästöjä. Myös mahdollisuus erikoistumiseen ja kilpailuetuun on verkottumisen etu. Lisäksi verkottumisella on mahdollista saada pieneen yritykseen verrattuna neuvotteluetua ja mahdollisuutta oppia muilta yrityksiltä jotakin. Tietysti myös tiedon saatavuus on tärkeä tekijä verkottumisessa. (Verkottuvat pienosuuskunnat 2011)

Sähköinen viestintä tapahtuu nimensäkin mukaan jonkin sähköisen laitteen välityksellä. Yleensä viestillä on vastaanottaja, mutta niitä voi olla myös useita. Mutta aina sillä on jokin kanava mitä pitkin, ja jokin ohjelma, millä viestintä tapahtuu, nykyään kanava on useimmiten tietokone. (Keränen, Lamberg, Penttinen 2003, s. 20–21.) Yritysten

kohdalla viestintää voi tapahtua useamman yrityksen välillä, ja se voi koskea lähes mitä vaan, esimerkiksi varauksia, yhteistyötä tai materiaalin siirtoa (Edu 2011).

Jotta viestintää voidaan suunnitella, täytyy tietää, mitä viestinnällä halutaan saavuttaa. Viestin merkitystä ja sisältöä ei saa unohtaa, niinpä yksinkertaisuus on viestinnässä valttia. Jos yritys maailmassa, viestinnän on tarkoitus olla jatkuvaa ja osapuolia on useita, täytyy viestien olla helposti käsiteltävissä ja saatavissa. Viesti ei myöskään saa olla niin monimutkainen, että sisällön voi ymmärtää väärin tai se voi muuttua matkalla (Keränen, Lamberg, Penttinen 2003, s. 22–23). Jotta väärinkäsityksiltä vältytään, on verkottumisessa hyvä käyttää yhteistä tietoverkkoa, jolloin kaikilla on mahdollisuus päästä samaan tietoon käsiksi (Edu 2011).

#### 4.3 Säästöt ja käytettävyys

Logistiikkaohjelman käyttöön liittyy monia konkreettisia hyötyjä, jotka helpottavat yrityksen toimintaa. Kun tiedot on kerran syötetty ohjelmaan, ei niitä tarvitse enää itse muistaa ulkoa tai kirjata ylös joka kerta tiedon muuttuessa. Ohjelmaan voidaan hyödyntää esimerkiksi:

- asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden tietojen ylläpitoon
- laskutuksessa, koska asiakastilaus menee suoraan laskutettavaksi ja laskutus pysyy ajantasaisena
- asiakastietojen ja hintojen tarkistamisessa, koska tieto on yhdessä paikassa
- kustannusten ja tuottojen seurantaan reaaliajassa
- asiakastilausten seurantaan
- tuote- ja varusteseurantaan
- henkilökunnan on mahdollista kastamaan omaa työtään koskevat tiedot

Lisäksi tieto on saatavilla nopeasti ja kaikkia, mikäli ohjelma on Internet-pohjainen. Jokaisen henkilökohtaisella käyttäjätunnuksella kaikki työntekijät voivat käyttää ohjelmaa, mutta oikeuksia voidaan tarvittaessa rajata.

(Kemppainen 2011.)

Nyky-yhteiskunnassa asiakkaalla on suuri valinnan mahdollisuus. Koska valinnanvara on verkossa tapahtuvan kaupan ansiosta entistä enemmän ja helposti saatavissa, on



myös vertailu paljon entistä helpompaa. Kun valinnanvaraa on paljon ja helposti saatavissa, ovat myös asiakkaiden odotukset ja samalla vaatimukset kasvaneet roimasti. Asiakkaiden ollessa entistä valveutuneempia täytyy yritysten panostaa entistä enemmän asiakastyytyvyyteen. Jotta asiakastyytyvyyttä voidaan aidosti seurata, on helpointa tehdä se tietojärjestelmiä hyödyksi käyttäen. Asiakastyytyvyyden perustekijä on toimitusten hallinta. Se voi olla palvelu tai tuote, kunhan sen toimitus on oikea-aikaista.

Jotta logistiikan hallinta ohjelman avulla olisi kaikkein tehokkainta, täytyy yrityksen työntekijöiden omaksua sekä täysin uudenlainen ajattelumaailma sekä oppia käyttämään ohjelmaa. Ilman näitä seikkoja ei logistiikan hallintaohjelmasta saada kaikkea hyötyä irti. Esimerkiksi tiedonkäsittelyyn liittyvät taidot ovat avainasemassa. Jos työntekijät eivät hallitse sitä, ei myöskään ohjelmasta saada kaikkea hyötyä irti.

Järjestelmät ovat hyvin monipuolisia, ja niihin on mahdollista valita juuri ne ominaisuudet joita, yritys tarvitsee. Toisaalta valmiiksi tuotetut ohjelmat ovat usein paketteja, jotka sisältävät tietyt ominaisuudet ja paketin ulkopuolelta valitut ominaisuudet maksavat lisää.

(Björn, Juneja, Kalilainen, Karhusaari, Nylander, Rasimus 2000, s.61–63.)

## 5 OHJELMAPALVELUYRITYKSET

Jotta voidaan määritellä ohjelmapalvelu, on ensin määriteltävä matkailupalvelu koska ne liittyvät kiinteästi toisiinsa. Matkailualan yritys tuottaa matkailupalveluita, ja sen palveluita ovat matkailutuotteet. Matkailutuote sisältää aineettomia ja aineellisia osia, joista yhdessä koostuu palvelupaketti. Ohjelmapalvelu eroaa palvelupaketista siinä, että sen palvelut eivät sisällä perinteistä majoitusta, matkustusta eikä ravintolapalvelua vaan ne perustuvat asiakaslähtöiseen toimintaan, joka liittyy usein liikuntaan, luontoon, kulttuuriin tai muuhun teemaan. (Niinimäki 2007.)

Ohjelmapalvelu voidaan määritellä Suomessa pääasiassa luonnossa tapahtuvaksi tai siihen liittyväksi ohjatuksi aktiviteetiksi. Ohjelmapalvelu voi toisaalta liittyä myös erilaisiin harrastuksiin, virkistykseen tai kulttuuriin. Myös erilaiset elämyksiin liittyvät ohjelmapalvelut ovat yleisiä oheispalvelutuotteita. Usein erilaiset ohjelmapalvelut ovatkin matkailuun liittyviä oheispalveluita. Ohjelmapalveluita tuottavat yritykset

kuuluvat Tilastokeskuksessa matkailun toimialaan. Ne kuitenkin luokitellaan muuta matkailua järjestäviksi yrityksiksi, ja sen takia niiden järjestämät elämykset tai ohjelmat ovat usein oheispalvelutuotteita muiden matkailukohteiden rinnalla.

Ohjelmapalvelut voivat luonnon lisäksi liittyä myös kilpailutapahtumiin, huvikohteisiin tai sitä varten rakennettuun ympäristöön. Huomattava osa tällaisista palveluista toteutetaan yritysten palveluna. Osa ohjelmapalveluita toteuttavista yrityksistä voi tehdä ohjelmapalveluita oheispalveluna jonkin muun palvelun rinnalla. Kuitenkin erikoistuminen tietylle alalle on yleisempää kuin aikaisemmin, eli ohjelmapalveluita tuottava yritys perustetaan jo olemassa olevan palvelun rinnalle ja sen toteuttaa joku muu kuin alkuperäisen palvelun.

(Helin 2004.)

## 5.1 Teemat ja luokittelu

Yleisesti ottaen ohjelmapalveluilla on aina teema, johon ne perustuvat. Ilman teemaa palvelua voi olla hankala toteuttaa tai siitä voi tulla epälooginen. Teema voi olla lähes mitä tahansa: luonto, keskiaika tai merirosvot. Lähes mikä tahansa teema, jonka ympärille on mahdollista kasata riittävästi erilaista ohjelmaa, käy. Teemojen rajat voivat yrityksittäin olla joustavat. Asiakas saattaa itse voida valita mieleisensä ohjelmapaketin, joten yrityksen ajattelema teema ei enää sovi määrittelemään valittua kokonaisuutta. Toisaalta on yrityksen kannalta yhdenmukaista onko asiakkaan haluamalla paketilla teemaa vai ei, sillä voihan olla, että asiakas omassa mielessään kuitenkin löytää valitsemalleen paketille sopivan teeman.

Ohjelmapalvelut on mahdollista jakaa kolmeen eri luokkaan. Näitä luokkia ovat aktiivinen, puoliaktiivinen ja passiivinen. Passiivinen palvelu on osallistujalle yleensä maksuton. Esimerkiksi frisbeegolfrata on ohjelmapalvelu, mutta sitä voi käyttää koska haluaa, eikä se maksa käyttäjälleen mitään. Puoliaktiivinen ohjelmapalvelu taas on yleensä tapahtumien yhteydessä, ja se vaatii maksun. Maksu voi olla esimerkiksi pääsymaksu. Esimerkiksi jonkin urheilukilpailun seuraaminen tapahtumapaikalla on puoliaktiivista ohjelmapalvelua.

Aktiivinen ohjelmapalvelu sisältää maksun ja vaatii asiakkaan osallistumista ohjelmaan. Esimerkkinä vaikkapa kalliokiipeily, johon on itse osallistuttava päästäkseen

kiipeämään ylös, ja tämä järjestetty ohjelma on maksullista. Aktiivinen ohjelmapalvelu on tämän työn keskeisessä fokuksessa, koska se yleensä vaatii järjestäjältä eli yritykseltä, suunnittelua kuinka, kaikki palvelun osat toteutetaan.

(Helin 2004.)

## 5.2 Ohjelmapalveluyritysten koko

Ohjelmapalveluyrityksen toimivat pääosin sesonkiluonteisesti. Suurin osa yrittäjistä toimii alihankkijana, eli yritykset toteuttavat toimintaansa jonkin isomman kokonaisuuden osana. Suurimmat ohjelmapalvelun tuottajat pystyvät tarjoamaan kokonaisvaltaiset palvelukokonaisuuden. Niiden asiakkaat pystyvät valitsemaan aktiviteetin lisäksi esimerkiksi ravintola- ja kokouspalveluita täydentämään kokonaisuutta.

Isot ohjelmapalveluyritykset ostavat usein pieniä palvelun osia toisilta yrityksiltä. Tämä mahdollistaa pienten yritysten keskittymisen räätälöityihin palveluihin ja on kannattavaa. Ala ketjuuntuu ja yrityksen kytkeytyvät tiiviimmin perinteisiin matkailuyrityksiin, joten ketjuuntumisella saadaan etua liiketoimintaan.

Usein alan yritykset toteuttavat palveluitaan asiakaskohtaisesti suunniteltuina, mutta matkailukeskusten läheisyydessä sijaitsevat yritykset saattavat tarjota myös viikko-kohtaista ohjelmaa kiinteinä päivinä. Tämä on mahdollista matkailukeskusten suurten asiakasmäärien takia.

Isot ja pienet ohjelmapalveluyritykset toimivat hiukan eri tavalla. Isot yritykset tarjoavat asiakkailleen täyden palvelun kokemuksen, siihen sisältyvät useimmiten majoitukset, itse aktiviteetit, kuljetukset ja ruokailut. Menestyneimmät yritykset ovat pystyneet kehittämään omasta toiminnastaan brändin. Niiden toiminta perustuu monipuolisuuteen, ja osa palveluista ostetaan moduuleina toisilta yrittäjiltä. Yrittäjät, jotka tarjoavat näitä moduloituja palveluita ovat usein pieniä ja keskittyneet vain ydinosaamiseen. Suuren matkailukeskuksen alueella saattaa toimia jopa kymmeniä ohjelmapalveluyrityksiä.

(Niinimäki 2007.)

### 5.3 Asiakkaat

Asiakkaista merkittävämpiä ohjelmapalveluyrityksille ovat yritysasiakkaat. Yksittäiselle kuluttajalle ei ole taloudellisesti kannattavaa järjestää aktiviteetteja. Yritysasiakkaat tilaavat palvelun suoraan sen tuottajalta tai palvelun tilaa toinen yritys, jotta palveluista saadaan asiakkaille kokonaisvaltainen palvelupaketti asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Matkailualalla ennakoidaan hyvinvointiin panostamisen ja elämysten kokemisen kasvavan merkittävästi tulevaisuudessa. (Niinimäki2007.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimuksen toteuttaminen aloitettiin jo hyvissä ajoin tapaamisessa Cursor Oy:n edustajan kanssa. Hänellä oli mielessään muutamia kysymyksiä, joita kyselyyn voisi laittaa. Etukäteen mietin myös mahdollisia kysymyksiä, jotka voisivat helpottaa vastausten tulkitsemista. Osa kysymyksistä muotoutui tutkimussuunnitelmaa tehdessäni ja loput opinnäytetyön teoriaosuuden yhteydessä ilmenneistä keskeisistä ongelmista, jotka lopuksi muotoilin kysymyksiksi. Kysymykset ryhmittelin vastaamisen helpottamiseksi useampaan ryhmään, näin myös vastausten käsittely oli helpompaa.

Kysely lähetettiin 7.3.2012 Kymenlaakson alueen matkailualan ohjelmapalveluyrityksiin. Tutkimuksessa kysyttiin yrittäjiltä ja yrityksiltä heidän käsityksiään logistiikasta sekä sen ohjaukseen liittyvän ohjelman käytöstä. Kyselyyn vastaamiseen yrityksen saivat aikaa kaksi ja puoli viikkoa.

### 6.1 Tutkimustulokset

Tutkimus lähetettiin sähköpostitse kolmeen kymmeneen kahteen yritykseen, joista vastauksen lähetti yhteensä kuusi yritystä. Näin vastausprosentti oli 18,75. Näistä yrityksistä kaksi vastasi, että heillä kyseiset palvelut on ulkoistettu, joten he eivät pysty vastaamaan kyselyyn. Yritysten järjestämät palvelut poikkesivat suuresti toisistaan: mukana oli niin koskenlaskua kuin värikuulasotaakin järjestäviä yrityksiä.

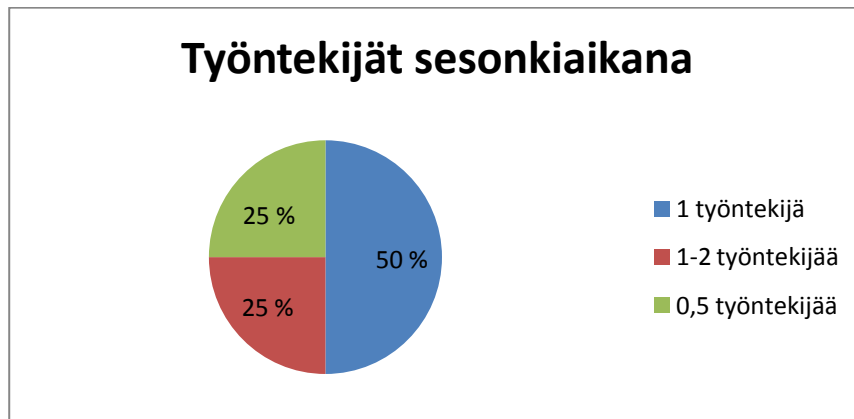
#### 6.1.1 Yritysten tiedot

Kyselyyn vastanneet yritykset ovat kaikki pieniä yrityksiä. Suurin osa kyselyyn vastanneista oli yrittäjiä, ja mukaan mahtui myös toimitusjohtaja. Yritykset työllistävät

pääasiassa sesonkiajan ulkopuolella yhden työntekijän. Myös nolla löytyi vastauksista, ja tästä voi päätellä yrityksellä olevan selvästi sesonkiaika, jonka ulkopuolella sillä ei ole toimintaa. Sesonki voi johtua esimerkiksi vuodenaikojen vaihtelusta: kaikkina vuoden aikoina ei pystytä tai kannata järjestää asiakastapahtumia. Sesonkiaikana yritykset työllistivät puolipäiväisestä kahteen henkilöä, mikä puolestaan kertoo yritysten olevan pieniä ja yrittäjävetoisia. Niillä ei juuri omistajan lisäksi työllistävää vaikutusta ole. (Kuvat 1 ja 2.)



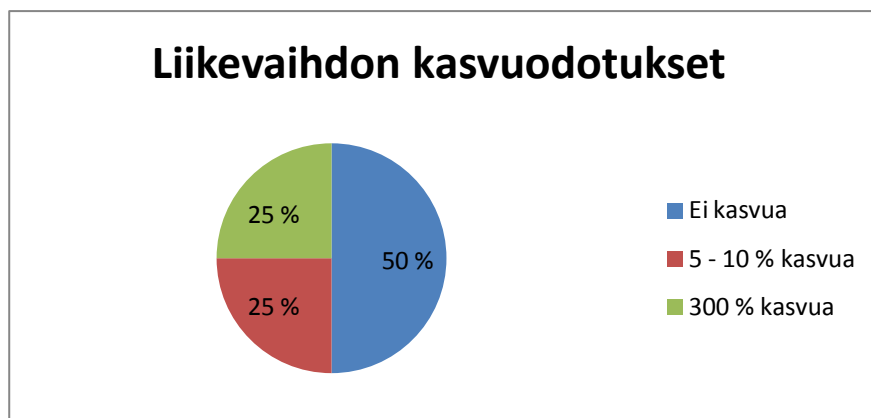
Kuva 1. Henkilöstön määrä yrityksissä sesonkiajan ulkopuolella



Kuva 2. Henkilöstön määrä yrityksissä sesonkiaikana



Kuva 3. Yritysten liikevaihto euroissa



Kuva 4. Liikevaihdon kasvuodotukset

Yritysten liikevaihto ei myöskään ollut kaikissa yrityksissä kovin suurta. Liikevaihto vaihteli 15 000–20 000 eurosta 40 000–50 000 euroon. Puolet yrityksistä vastasi haluavansa kasvattaa liikevaihtoa. Mahdollisen kasvun arviointi vaihteli suuresti. Toisessa yrityksessä kasvua arvioitiin voivan tapahtua noin 5 - 10 %, kun taas liikevaihdoltaan pienimmässä yrityksessä kasvun arvioitiin voivan olla jopa 300 %. (Kuvat 3 ja 4.)

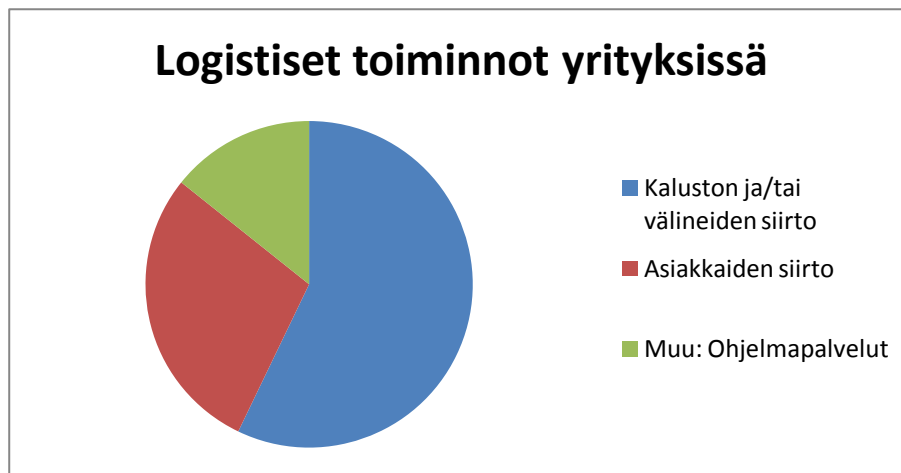
#### 6.1.2 Käsitykset logistiikasta

Yritysten käsitykset logistiikasta olivat hyvin samansuuntaisia. Kaikissa vastauksissa mainittiin kuljetusten tai siirtämisen olevan merkittävä osa logistiikassa. Puolissa vastauksista myös varastoinnin koettiin liittyvän logistiikkaan. Kuitenkin vain yhden vastaajan mielestä myös oston katsottiin kuuluvan logistiikkaan.

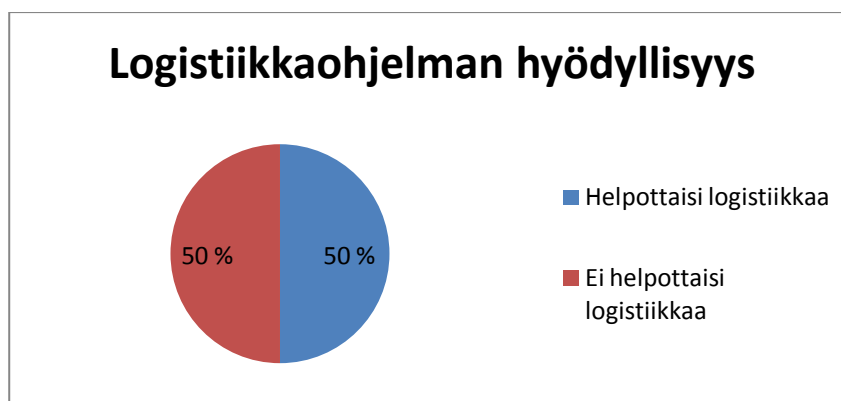
Logistiikan merkitystä omassa yrityksessään vastaajat kuvailivat lyhyesti. Sen koettiin olevan lähinnä pieni osa-alue yrityksessä, tai ajan ja resurssien oikeaa käyttöä. Yhdessä vastauksessa se myös koettiin olevan osittain toimialaa. Henkilökohtaisesti vastaajat kokivat logistiikan merkitsevän heille samaa kuin yritykselleen. Yleisesti ottaen vastaajat kokivat logistiikan merkitykselliseksi, mutteivät osanneet täsmällisesti kertoa, mitä se juuri heidän yrityksessään merkitsi.

### 6.1.3 Logistiset toiminnot ja niiden hallinta

Kuvissa 5 ja 6 on esitetty yritysten logistiset toiminnot sekä logistiikkaohjelman hyödyllisyys.



Kuva 5. Yritysten erilaiset logistiset toiminnot

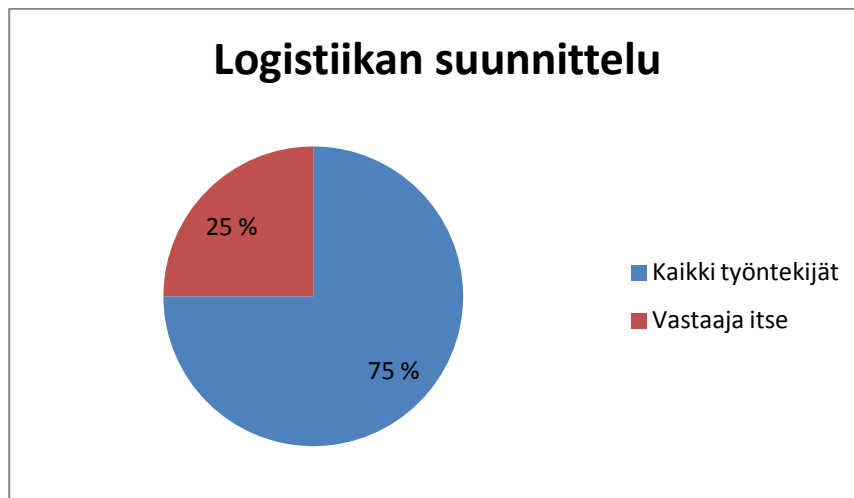


Kuva 6. Logistiikan helpottuminen ohjelman avulla

Kaikki kyselyyn vastaajat kertoivat kaluston ja/tai välineiden siirron olevan heidän suurin logistinen toimintonsa. Puolet yrityksistä vastasivat kaluston ja välineiden siir-

ron ohella asiakkaiden siirron kuuluvan myös heidän logistiikkaansa. Yhdessä yrityksessä vastattiin itse ohjelmapalvelun olevan logistinen toiminto. Tässä tapauksessa yritys saattaa järjestää jotakin toiminnallista ohjelmapalvelua, johon olennaisena kuuluu liikkuminen paikasta toiseen.

Vastaukset jakautuivat puoleksi kysymyksessä, voisiko logistiikkaohjelman avulla helpottaa yritysten logistisia toimintoja. Puolet vastaajista uskoi siitä olevan hyötyä, mutta toinen puoli koki, ettei ohjelma helpottaisi heidän päivittäistä logistiikkaansa.



Kuva 7. Kuka yrityksissä vastaa logistiikan suunnittelusta



Kuva 8. Millä yritykset hallitsevat logistiikkaansa

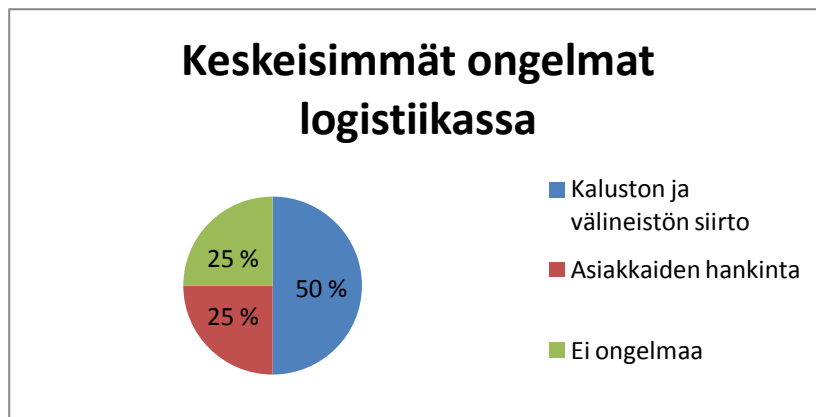
Logistiikan hallinta jakautui vastauksissa merkittävästi (kuva 8.) Yrityksissä käytettiin niin paperia kuin Excel-taulukkoakin. Yksi yritys ilmoitti käyttävänsä juuri heidän tarpeisiinsa laadittua logistiikkaohjelmaa. Yhdessä vastauksessa vastaaja ilmoitti, ettei heidän yrityksessään logistiikkaa hallita mitenkään. Logistiikan suunnitteluun yhtä



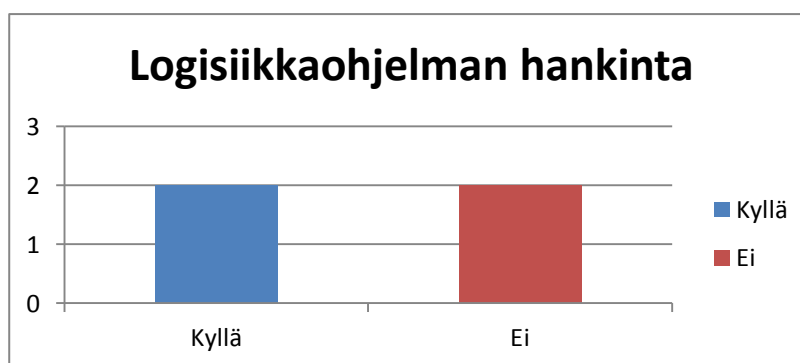
yrittäjästä lukuun ottamatta osallistuivat kaikki työntekijät. Yhdessä yrityksessä toimitusjohtaja hoiti itse logistiikkaan liittyvän suunnittelun. (Kuva 7.)

#### 6.1.4 Logistiikkaohjelma

Kysymykseen ohjelmapalvelu yritysten keskeisimmistä ongelmista logistiikassa vastaukset jakautuivat seuraavasti: puolet yrityksistä koki kaluston ja välineistön siirron olevan suurin ongelma heidän logistiikassaan. Yksi arvioi asiakkaiden hankinnan olevan heidän yritykselleen suurin ongelma, ja yksi vastaaja jätti vastaamatta kysymyksen. Joko heillä ei ole ongelmia logistiikassaan tai yrityksessä ei ole osattu kohdentaa, missä heidän ongelmansa täsmällisesti ovat. (Kuva 9.)



Kuva 9. Keskeisimmät ongelmat yritysten logistiikassa

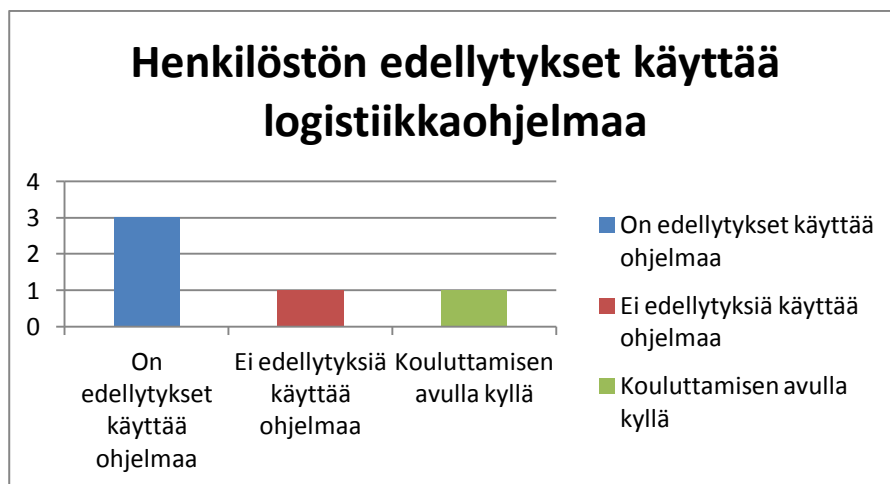


Kuva 10. Ovatko yritykset harkinneet logistiikkaohjelman hankintaa



Kuva 11. Odotukset logistiikkaohjelmalta

Vastaukset kysymykseen, ovatko yritykset joskus harkinneet jotakin logistiikkaohjelmaa käyttöönsä, ovat täysin yhteneviä. Kukaan vastanneista ei ollut harkinnut käyttöönsä logistiikanhallintaohjelmaa. Näin ollen kukaan ei myöskään nimennyt, mitä ohjelmaa olisivat harkinneet. (Kuvat 10 ja 11.)

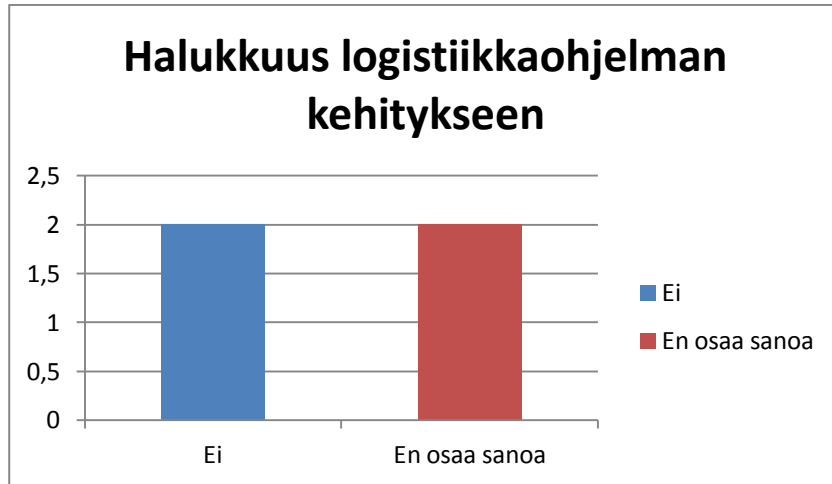


Kuva 12. Henkilöstön edellytykset logistiikkaohjelman käyttöön

Kyselyn seuraavassa kysymyksessä käsiteltiin odotuksia logistiikkaohjelmalta, mutta vain yksi vastaajista oli täyttänyt kyseisen kohdan. Hänen odotuksensa kohdistuivat markkinointiin. Muilla ei ollut odotuksia tai yrityksen pienen koon vuoksi katsottiin, ettei logistiikkaohjelman avulla pystyisi tuomaan lisää voittoa. Yrityksistä kaikki yhtä poikkeusta lukuun ottamatta kokivat kuitenkin, että henkilöstöllä olisi edellytykset logistiikkaohjelman käyttöön. Yksi vastaus oletti, että koulutuksen avulla henkilöstöllä oli hyvät edellytykset käyttää logistiikanhallintaohjelmaa. (Kuva 12.)

### 6.1.5 Logistiikkaohjelman kehittäminen

Seuraavista kuvioista ilmenee yritysten halukkuus logistiikkaohjelman kehittämiseen, sijoitushalukkuus sekä mitä mieltä vastaajat olivat yhteensopivuuden tärkeydestä.

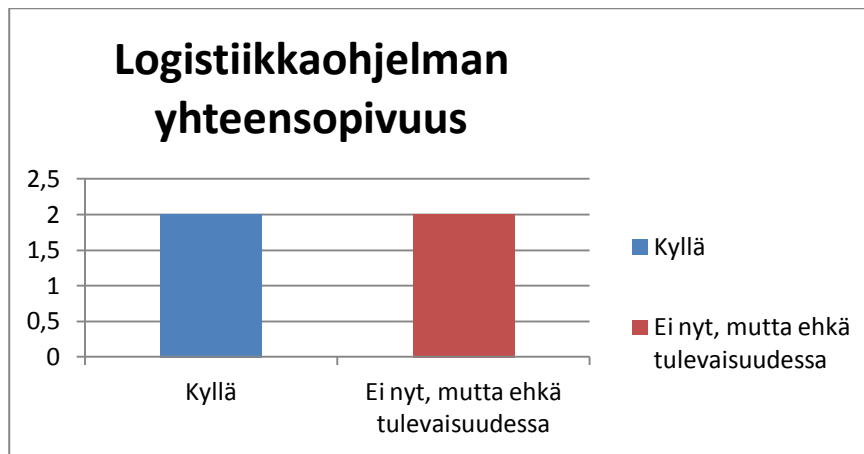


Kuva 13. Yritysten halukkuus logistiikkaohjelman kehittämistä kohtaan

Kyselyn viimeisessä osuudessa käsiteltiin yritysten halukkuutta lähteä kehittämään logistiikkaohjelmaa ohjelmapalveluyrityksille. Puolet vastaajista ei osannut sanoa, kiinnostaisiko heitä vai ei. Toinen puoli ei ollut kiinnostunut lähtemään kehitystyöhön mukaan. Näin ollen kukaan ei myöskään vastannut kysymykseen, kuinka paljon yritys voisi sijoittaa ohjelman kehittämiseen. Toinen en osaa sanoa -vastanneista ei juuri nyt ollut valmis sijoittamaan ohjelmaan. (Kuvat 13 ja 14.)



Kuva 14. Yritysten halukkuus sijoittaa logistiikkaohjelman kehitykseen



Kuva 15. Onko logistiikkaohjelman yhteensopivuus yrityksille tärkeää

Logistiikkaohjelman yhteensopivuus muihin ohjelmiin oli tärkeää kahdelle vastanneelle. Toinen puoli vastanneista koki, että yhteensopivuus ei ole tärkeää, mutta tulevaisuudessa siitä voi koitua hyötyä. Yhdelläkään yrityksistä ei ollut mitään odotuksia logistiikkaohjelmalta. Vastaajista kaikki ilmoittivat yrityksellä olevan mahdollisuus Internet-pohjaiseen logistiikanhallintaohjelman käyttöön. (Kuva 15.)

## 6.2 Tutkimustulosten analysointi

Kyselyn alhaisen vastausprosentin perusteella voidaan päätellä joitakin asioita Kymenlaakson alueen ohjelmapalveluyrittäjistä. Kaikki kyselyyn vastanneet yritykset olivat pieniä yrityksiä, joita myös suurin osa muista alueen yrityksistä on. On mahdollista, että yrittäjät eivät ole ymmärtäneet logistiikkaa heidän toimialallaan merkittäväksi tekijäksi ja jättäneet sen takia vastaamatta kyselyyn.

On myös mahdollista, että alueen yrittäjät ja yritykset eivät ole kokeneet omaa logistiikkaansa niin merkitykselliseksi, että voisivat vastata sitä koskevaan kyselyyn. Jos yrittäjät kokevat pienen yrityksen toiminnan niin pienimuotoiseksi, että logistiikkaohjelmalla ei heidän mielestään ole suurta merkitystä heidän toiminnassaan, on oletettavaa, ettei logistiikkaohjelman käyttöä selvittävä kysely ole yrittäjien näkökannalta oleellinen asia. Yksinkertaisen logistisen prosessin takia voidaan myös olettaa, ettei logistiikkaa säätelevästä ohjelmasta ehkä synny kuin kustannuksia, joita pienessä yrityksessä halutaan välttää toiminnan kannattavuuden takaamiseksi.

Moni yrityksistä, joita otin mukaan kyselyä lähettäessäni, oli antanut Internet-sivuilleen tai tietokantoihin sähköpostiosoitteen, joka oli muotoa info@yritys.fi. Näin ollen sesonkiluonteisuuden takia kaikki yritykset eivät välttämättä ole edes lukeneet tämän kahden ja puolen viikon vastausjakson aikana sähköpostia, varsinkin jos sesonki painottuu selvästi kesään. Lisäksi yrittäjistä kaksi vastasi sähköpostiini, että heillä ohjelmopalvelut on erotettu muista palveluista ja ulkoistettu toiselle toimijalle. Tätä tietoa ei kuitenkaan suoraan ollut sanottu yritysten Internet-sivuilla, josta poimin osoitteet lähetystä varten.

#### 6.2.1 Logistiikanmerkitys vastanneissa yrityksissä

Kyselyn vastausten perusteella voidaan katsoa, että logistiikalla ei koeta olevan suurta merkitystä alueen yrityksissä, koska suurimmassa osassa vastauksista logistiikan merkitys rajoittui pelkkiin kaluston ja materiaalien siirtoon ja järjestelemiseen. Osa täsmensi myös resurssien ja ajan oikeaa käyttöä, mutta ilman suunnitelmallista logistiikkaa on hankalaa hahmottaa eri toimintojen paikkaa arvoketjussa. Kukaan vastanneista ei odottanut logistiikkaohjelman avulla syntyvän säästöjä, joita ohjelma oikein suunniteltuna ja kohdennettuna toisi myös ohjelmopalvelualan yrityksille.

Koska yrityksissä ei ollut yhtä poikkeusta lukuun ottamatta käytössä mitään ohjelmaa, ei myöskään logististen mittareiden seuranta onnistu. Yritys, joka ilmoitti käyttävänsä logistiikkaansa juuri heille suunniteltua ohjelmaa, antoi kuitenkin hyvin ristiriitaisia vastauksia. Sen vastauksesta voi esimerkiksi lukea, ettei käyttöön edes olisi harkittu ohjelman hankintaa, vaikka edellisen sivun kysymyksessä vastaaja on ilmoittanut yrityksen käyttävän logistiikkaohjelmaa. Myöskään ohjelmaa ei ole nimetty. Voi siis olla, että yritys käyttää logistiikkaohjelmaa, joka on suunniteltu alan yritykselle, mutta kokonaisvaltaista hyötyä siitä ei ole osattu ottaa irti.

Yritysten vastausten perusteella logistiikkaa ei ole suunniteltu kovinkaan pitkälle. Kaikkia logistiikkaan liittyviä prosesseja ei ole tunnistettu, joten koko toiminnan läpikulkevaa prosessia on varmasti jokaisessa vastanneessa yrityksessä vaikea tunnistaa alusta loppuun. Tämä voi johtua yritysten pienestä koosta: yrittäjillä ei ole ollut tarvetta määrittää koko prosessia itselleen ja työntekijöilleen. Jokainen osa-alue katsotaan omakseen, eikä niitä mielletä yhdeksi suureksi kokonaisuudeksi, jonka hallintaa helpottaisi kovasti, jos se todennettaisiin kirjalliseen muotoon. Yritys, joka vastasi suurimman logistisen ongelman olevan asiakkaiden hankinta, on sisäistänyt ainakin osit-

tain logistiikkaprosessin merkitystä; se alkaa asiakkaiden hankinnalla ja päättyy jälkikäteen laskuttamiseen.

Suurimmaksi ongelmaksi kaikkien vastausten perusteella nousi kaluston ja/tai välineiden siirto. Myös asiakkaiden siirron katsottiin useammassa yrityksessä olevan ongelma. Näihin vaikuttaa logistiikanhallinnan lisäksi myös toimintaympäristö. Jos yritys toimii liikenneyhteysien kannalta hankalassa paikassa, sekin voi vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden siirtoon vastanneiden yritysten keskuudessa. Kymenlaakso on alueena kohtalaisen iso, ja jos ohjelmaa järjestetään laajemmalla alueella, ovat huonot kulkuyhteydet selvästi ongelmallisia myös yrittäjien kannalta.

Kymenlaakso on keskeisellä alueella, jos sen vetovoimaisuutta osattaisiin lisätä tuntuvasti. Lyhyt matka pääkaupunkiseudulta ja lähellä oleva meri matkailijoineen luo hyvät toimintaedellytykset myös ohjelmapalvelualan yrittäjille, jos resursseja osataan tulevaisuudessa lisätä oikein. Myös yrityspalveluja on ainakin eteläisessä Kymenlaaksoissa saatavilla, jos yrittäjä kokee Cursor Oy:n palveluiden avulla voivansa saada uusia ideoita toimintaansa.

#### 6.2.2 Kustannusvaikutusten analysointi

Logistiikan kustannusvaikutukset eivät selvästi olleet esillä kyselyssä, mutta niistäkin voidaan vastausten perusteella päätellä joitakin asioita. Koska kaluston ja välineiden siirto on ollut suurin logistinen ongelma kyselyyn vastanneilta, se vaikuttaa osaltaan logistiikan kustannuksiin. Jos siirtäminen on etenkin sesonkiaikaan päivittäistä tai vähintään useamman kerran viikossa tapahtuvaa, voidaan sen katsoa aiheuttavan suuret kustannukset etenkin pienissä ohjelmapalvelualan yrityksissä. Se, onko yrityksissä osattu laskea kustannukset eri vaiheisiin asiakaspalvelua tuottavassa prosessissa, on merkittävä tekijä laskettaessa palvelulle tuottoa.

Vaikka kyselyyn vastanneet yritykset olivat selvästi pieniä, korkeintaan muutaman henkilön työllistämiä yrityksiä, on selvää, että erityyppisiä palveluita järjestävissä yrityksissä olisi tärkeää laskea asiakaspalvelua ja ohjelmaa tuottavalle prosessille kustannukset jokaiseen vaiheeseen. Näin saataisiin myös helpommin räätälöityä asiakkaalle juuri sopivaa ohjelmistoa. Se tukisi myös yrityksen etua, koska näin jokainen prosessin osa saataisiin hinnoiteltua ja jokaiselta asiakkaalta saadaan samasta työstä sama veloitus.

Suuri osa logistiikan ongelmista oli peräisin kuljetuksesta. Vastanneista kukaan ei ilmoittanut ongelmia olevan varastoinnissa. Kustannusten kohdistamisen kannalta olisi silti olennaisen tärkeää myös tarkastella varastointia kuljetusten ohella. Onko jokaisessa yrityksessä varmasti ymmärretty, että varastoinnin avulla voidaan helpottaa myös muita prosesseja? Se on äärimmäisen tärkeää ja hyödyllistä järjestettäessä paljon asiakastapahtumia suurilla varustemäärillä. Oikein järjestetyllä varastoinnilla myös kuljetukset saattavat helpottua merkittävästi. Jos varasto voidaan järjestää niin, että sieltä on helpompi poimia kuljetusta tarvitsevat välineet, se lisää tehokkuutta ja vähentää varastossa vietettyä aikaa.

Jos kuluja ei saada sijoitettua sinne, missä ne syntyvät, ne täytyy laskea välillisiin kuluihin. Jos välillisiin kuluihin taas lasketaan kaikki kulut, joita ei voida kohdentaa mihinkään tiettyyn osaan asiakaspalveluprosessissa, saadaan vääränlainen kuva yrityksen tehokkuudesta. Tehokkuuden tarkkailu olisi myös ohjelmapalveluyrityksissä tärkeää, koska logistiikka liittyy yrityksiin erittäin merkittävästi. Näin vertailu esimerkiksi edelliseen vuoteen olisi helpompaa, kun toiminnan tehokkuutta on seurattu tarkoin määritettyjen mittareiden avulla. Lisäksi vertailu muihin alan yrityksiin olisi helpompaa, jos tehokkuutta on mitattu oikein.

Varaston on oltava myös oikein mitoitettu. Pienten yritysten ei kannata pitää varastoissaan hirvittävän suuria määriä tavaraa. Jos tavaraa on suhteessa paljon enemmän kuin yrityksen mittakaava antaa myöten, ei kaikkia välineitä tarvita ja näin ne vain sitovat varastossa resursseja turhaan.

Vastaajilla ei pienen koon tai jonkin muun syyn takia ollut kiinnostusta lähteä kehittämään logistiikkaohjelmaa ohjelmapalvelualan yrityksille. Kukaan ei ilmoittanut olevansa valmis sijoittamaan rahaa ohjelman kehittämiseen. Tästä voidaan päätellä, ettei mielenkiintoa hanketta kohtaan ole ja että näin pienillä, liikevaihdoltaan 15 000 -50 000 € olevilla yrityksillä ei ehkä ole irrottaa varoja ohjelman kehittämisen kustannuksiin. Se saattaisi vaatia pieniltä yrityksiltä suuria kulujen karsimisia tai uudelleen kohdentamisia.

### 6.2.3 Logistiikanhallinta ohjelman avulla

Oletuksenani oli, että kovinkaan moni yrittäjä ei käytä logistiikkansa hallintaan erillistä logistiikkaohjelmaa. Oletukseni vahvistui kyselyn vastaukset saadessani. Vastauk-

sisä yksi yritys ilmoitti käyttävänsä logistiikkansa hallintaan ohjelmaa, muttei ollut valmis kertomaan, mitä ohjelmaa yrityksessä käytettiin.

Jos yrityksissä olisi tunnistettu ja kirjattu ylös logistiset prosessit, on todennäköistä, että suuremmassa osassa yrityksiä olisi ollut käytössä logistiikanhallintaohjelma. Jos prosessi olisi kaikissa yrityksissä ollut selvitetty, uskon, että se olisi näkynyt toisenlaisina vastauksina. Silloin vastaajat olisivat osanneet selvästi ilmaista, minkälaisia odotuksia hallintaohjelmalta heillä on. Jos yritykset tekevät yhteistyötä muiden yritysten tai organisaatioiden kanssa, olisi myös yhteensopivuus muiden ohjelmien kanssa ollut tärkeämmässä roolissa. Nyt vain puolet ilmoitti sen olevan tärkeää. Tulevaisuudessa sen katsottiin olevan ehkä hyvä asia toisessa puolessa yrityksiä.

Matkailun ohjelmapalvelualan yritykset eivät selvästikään ole tutustuneet logistiikanhallintaohjelmien hyviin puoliin. Jo yrityksessä, joka työllistää omistajan lisäksi toisen työntekijän edes sesonkiaikana, on löydettävissä hyviä puolia logistiikkaohjelman käytöstä. Silloin on mahdollista ohjata koko yrityksen toimintaa ohjelman avulla. Näin toiminnasta saataisiin pitkällä aikavälillä tavoitteellista ja tarkasti suunniteltua. Ohjelman avulla toiminnasta voisi löytyä pieniäkin ongelmia, joita ei aiemmin ehkä ole osattu tunnistaa. Näin toiminta muuttuisi koko ajan sujuvammaksi ja helpottaisi jokapäiväistä suunnittelutyötä.

Logistiikkaohjelman käyttöönotto voi pienissä yrityksissä olla suuri investointi, etenkin jos ohjelmaan otetaan paljon erilaisia ominaisuuksia ja se teetetään yksittäiskappaleena. Jo tästä syystä varmasti myös suurin osa kyselyyn vastanneista yrityksistä ei käyttänyt toimintansa apuna juuri logistiikkaan suunniteltua ohjelmaa. Suuremmissa yrityksissä on paljon enemmän resursseja sijoittaa toimintansa avuksi ohjelmaan.

Vaikka vastaajat eivät olleet innokkaita lähtemään kehittämään logistiikanhallintaohjelmaa, he kokivat silti, yhtä poikkeusta lukuun ottamatta, henkilöstöllä olevan edellytyksiä ohjelman käyttöön. Se kertoo, että yrityksessä työntekijät ovat ainakin vastaajan mielestä tarpeen tullen sitoutuneita käyttämään ohjelmaa päivittäisessä työssään.

Koska kukaan vastaajista ei odottanut ohjelmalta mitään, ei heillä varmasti ollut odotuksia myöskään asiakastyytyväisyydestä. Jos prosessitunnistamisen kautta olisi löydetty keskeisiä etuja logistiikkaohjelma, on oletettavaa, että odotuksia olisi ollut myös asiakastyytyväisyydestä. Tunnistamisen avulla prosessien muuttaminen parempaan



suuntaan näkyy myös asiakkaalle parantuneena palvelunlaatuna ja täsmällisyytenä. Asiakastyytyväisyyden seuranta olisi myös oleellista liittää ohjelmaan sitä hankittaessa.

Yritysten, joiden palvelu on ulkoistettu, olisi silti ollut hyvä miettiä edes joitakin kyselyn kysymyksistä. Jos ulkoistettu palvelu on tukipalvelu tai merkittävä lisäarvopalvelu, olisi hyvä pohtia, onko yhteistyö varmasti maksimaalista. Yhteisellä logistiikkaohjelmalla voisi tuoda tehokkuutta toimintaan ja löytää parhaan mahdollisintavan toimia yhdessä, niin että hyöty olisi mahdollisimman suurta molemmille osapuolille. Tiiviin yhteistyön takia myös ohjelman hankinta yhdessä voisi olla sekä taloudellisesti että käytännön asioiden kannalta järkevää.

### 6.3 Jatkotoimenpiteet ja kehitysehdotukset

Jatkossa yritykset voisivat todentaa koko toimintaprosessinsa kirjalliseen muotoon, jotta toiminnan koko ketju tulisi mietittyä läpi ja sen heikot kohdat tulisi tunnistettua. Näin olisi mahdollista käydä kehittämään omaa prosessia aina parempaan ja parempaan suuntaan. Koko toimintaprosessin saattaminen kirjalliseen muotoon saattaisi myös herättää yrittäjät miettimään logistiikan tärkeyttä. Kyselyn vastausten pohjalta yrittäjiltä puuttuu kokonaiskuvan hahmottaminen siitä, mitä logistiikka voi kaiken kaikkiaan olla. Jos tätä kuvaa saisi muutettua, olisi siitä hyötyä myös käytännön työssä yrityksissä ja sitä kautta se toisi myös säästöjä ja joustavuutta.

Yritysten kannalta jatkuva kehittäminen matkailualalla on merkittävä tekijä asiakkaiden valitessa palveluita. Tulisi osata palvella asiakasta niin, että myös seuraavalla kerralla asiakas ottaisi yhteyttä, eikä vaihtaisi kilpailevaan yritykseen. Kymenlaakson alueen pienen asiakasmäärän takia myös markkinointia esimerkiksi pääkaupunkiseudulle tulisi lisätä. Tähän hyödyksi voisi olla yritysten yhteinen markkinointi. Yhteistyön avulla olisi mahdollista saada suurempaa näkyvyyttä ja se toisi lisää asiakkaita kaikille. Koska suurin osa Kymenlaakson alueen ohjelmapalveluyrityksistä tarjoaa erilaisia matkailupalveluita, ei yhden yrityksen käyttö välttämättä sulje pois toista yritystä.

Koska kysely toteutettiin keväältävesta, eivät kaikki yritykset välttämättä ole lukeneet sähköpostiaan kyseisenä ajankohtana, sesonkiluonteisuuden takia. Jatkossa matkailun ohjelmapalvelualan yrityksiä voitaisiin tutkia suuremmalla otannalla, mahdollisesti

koko maan suurimmat yritykset huomioiden. Näin saataisiin luotettavampaa kuvaa yritysten logistiikasta ja sen tarpeista tällä alalla. Jos mukaan otettaisiin maansuurimpia ohjelmapalveluyrityksiä, olisi paljon mahdollisempaa saada kattavampi kuva logistiikasta ohjelmapalveluyrityksissä. Suurissa yrityksissä logistiikkaa on kuitenkin jollain tasolla miettiä, vaikkei sitä ohjelmalla hallittaisiinkaan.

Samantyyppinen tutkimus voitaisiin toteuttaa myös samansuuruisena muissa Suomen maakunnissa. Silloin olisi hyvä miettiä kyselyn lähettämisen ajankohtaa tarkasti, jotta vastauksia tulisi useampia. Kyselystä voitaisiin ilmoittaa etukäteen myös kirjeitse, koska posti tavoittaisi yrittäjät ehkä varmemmin kuin sähköposti.

Mikäli kiinnostusta olisi tarpeeksi ja logistiikkaohjelmaa jossakin vaiheessa lähdetään alalle kehittämään, olisi myös mahdollista tutkia ohjelman käyttöönoton jälkeen yritysten tyytyväisyyttä ja mielipiteitä ohjelmasta. Myös sitä, miten ohjelma on vastannut yrittäjien odotuksiin, voitaisiin tutkia samassa tutkimuksessa.

## 7 POHDINTA

Olin tyytyväinen saamaani opinnäytetyön aiheeseen, jonka sain Cursor Oyn:n toimeksiannosta. Työn aloittaminen venyi keväästä syksyyn työharjoittelun takia. Syksyllä aloittaessani teoriaosuutta yritin ottaa yhteyttä Cursorin työntekijään, jonka kanssa olimme keväällä kokoontuneet keskustelemaan työn etenemisestä. Tässä vaiheessa minulle kerrottiin, ettei henkilö työskentele enää Cursor Oy:n palveluksessa. Onnekseni työn toimeksiantajaksi saatiin Kymi Technology.

Teoriaosuus eteni hitaasti, mutta varmasti, ja valmiina se oli helmikuussa. Hankaluuksia aiheutti se, että teorian täytyi olla kytköksissä palveluyrityksiin. Aivan kaikkia logistiikkaan liittyviä asioita ei teoriassa voinut käsitellä, koska tutkimuksen kohteena olevissa yrityksissä ei kaikkia logistiikan osa-alueita ole. Olen kuitenkin tyytyväinen teoriaosuuteen. Lähteitä olisi voinut olla enemmänkin, mutta ajallisista syistä päätin tyytyä hiukan pienempään lähteiden määrään.

Kun teoriaosuus viimein valmistui, oli vuorossa kyselyn laatiminen. Olin etukäteen kuvitellut, että sen valmistumiseen ei kuluisi aikaa kovinkaan paljoa, koska olin kirjannut ennen työn aloittamista kysymyksiä, joihin tarvitsin vastaukset. Myös teoriaosuuden edetessä kysymyksiä tuli lisää. Näin ollen minulla oli tiedossa mitä haluan

kysyä, mutta kysymysten muokkaamiseen ja kyselylomakkeen muotoiluun meni silti useampi viikko aikaa. Myös yritysten etsimisen olin jättänyt tähän vaiheeseen, joten samalla kun muotoilin kysymyksiä, minun täytyi myös etsiä yrityksiä, joihin kysely lähetettäisiin.

Kun kysely viimein lähetettiin, sain ensimmäisen vastauksen jo seuraavana aamuna. Odotin luottavaisin mielin lisää vastauksia. Lopulta kahden ja puolen viikon aikana yhteensä kuusi yritystä vastasi. Neljä lähetti vastauslomakkeen ja kaksi vastaajaa ilmoitti, ettei kysely koske heitä palveluiden ulkoistamisen takia. Olin hiukan pettynyt vastausten vähyyteen. Jälkeenpäin ajateltuna uskon, että ajankohta vaikutti suuresti vastausten vähyyteen. Usealla yrityksellä sesonki oli vasta edessäpäin, eikä toimintaa kevättalvella välttämättä kaikilla ollut ollenkaan. Tämän takia olin tyytyväinen, että edes jokunen yrittäjä vastasi kyselyyni.

Kyselyn vastausajan umpeutumisen jälkeen aloin kirjoittaa vastauksia puhtaaksi, ja se osoittautui vastausten vähyyden ja samankaltaisuuden takia hankalaksi, jotta edes suurimmalta toistolta välttyttäisiin. Mieleeni tuli jälkeenpäin vain yksi pieni asia lisää, jonka olisi voinut kyselylomakkeeseen laittaa. Muuten olen tyytyväinen tekemääni kyselyyn: se oli selvä, ja vastaaminen oli tehty mahdollisimman helpoksi.

Kun kyselyn tulokset oli viimein kirjoitettu, analyysiosuus syntyi yllättävän helposti. Olin varautunut, että analyysin kirjoittaminen olisi vienyt enemmänkin aikaa. Vastausten suppeus tosin saattoi vaikuttaa siihen, ettei analyysin kirjoittamista täytynyt miettiä hirvittävän pitkään. Ongelmaksi osoittautui se, että kirjoitin tulokset ja analyysin useampana kertana, joten oli hankala päästä mukaan siihen mihin oli edellisellä kerralla jäänyt. Kokonaisuudessaan olen kohtalaisen tyytyväinen tekemääni työhön.

## LÄHTEET

Auvinen, S. Aspelin, E. Berg, V. Koskinen, P. Mickelsson, I. 1994. EDI: Käytännön käsikirja – Tulevaisuus on nyt. Espoo: Hakapaino.

Björn, H. Juneja, E. Kalilainen, T. Karhusaari, W. Nylander, T. Rasimus, T. 2000. Digitaalinen tarjontaketju - Tavara- ja tietovirrat uudessa taloudessa. Juva: WSOY.

Edu 2011. Liiketoimintaprosessi; Verkostoituminen. Saatavissa:

[http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/liiketoimintaprosessi/index\\_verkostoituminen.html](http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/liiketoimintaprosessi/index_verkostoituminen.html) [viitattu 22.10.2011]

Helin, A. 2004. Taikurit, tivolit ja huvipuistot. Saatavissa:

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/9714/G0000528.pdf?sequence=1> [viitattu 3.10.2011].

Hokkanen, S. Karhunen, J. Luukkanen, M. 2004. Logistisen ajattelun perusteet. Jyväskylä: Kopiojyvä Oy.

Karrus, K.E. Logistiikka. 2003. Juva: WSOY.

Kemppainen, M. Logica 2011. Kuljetus- ja logistiikkayritysten ERP-järjestelmän hyödyt. Saatavissa:

[http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=logistiikka%20j%C3%A4rjestelm%C3%A4n%20edut&source=web&cd=1&ved=0CFAQFjAA&url=http%3A%2F%2Ftapahutmat.wanhasatama.com%2Fservice.cntum%3FserviceType%3Ddocument%26documentName%3D152304%2FE\\_15.30\\_Kemppainen.pdf&ei=KmcYT93oKKT74QSQi7mqBQ&usg=AFQjCNGeXCKwebEkyLzKSHj6PZ1YknUsqQ&cad=rja](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=logistiikka%20j%C3%A4rjestelm%C3%A4n%20edut&source=web&cd=1&ved=0CFAQFjAA&url=http%3A%2F%2Ftapahutmat.wanhasatama.com%2Fservice.cntum%3FserviceType%3Ddocument%26documentName%3D152304%2FE_15.30_Kemppainen.pdf&ei=KmcYT93oKKT74QSQi7mqBQ&usg=AFQjCNGeXCKwebEkyLzKSHj6PZ1YknUsqQ&cad=rja) [viitattu 8.2.2012]

Keränen, V. Lamberg, N. Penttinen, J. 2003. Digitaalinen viestintä. Porvoo: WS Bookwell.

Keskinen, T. 2000. Digitaalinen liiketoiminta. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy.

Liikenne- ja viestintäministeriö 2010. Logistiikkaselvitys. Saatavissa: [http://www.lvm.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=964900&name=DLFE-11162.pdf&title=Julkaisuja%2036-2010](http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=964900&name=DLFE-11162.pdf&title=Julkaisuja%2036-2010) [viitattu 7.2.2012].

Liikenne- ja viestintäministeriö 2005. Suomen logistisen aseman vahvistaminen. Saatavissa: <http://www.lvm.fi/fileserver/upl625-Logistiikan%20toimenpideohjelma.pdf> [viitattu 7.2.2012].

Niinimäki, H. 2007. Asiakasmarkkinat haltuun, Case: Vaellustalli Toreson. Saatavissa: <https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/11479/2008-04-10-02.pdf?sequence=1> [viitattu 10.10.2011].

Sakki, J. 2009. Tilaus-toimitusketjun hallinta. B2B – Vähemmällä enemmän. Helsinki: Hakapaino.

Verkottuvat pienosuuskunnat 2011. Opiskelumateriaalia pienosuuskuntien kehittämisen tueksi; Verkottuminen. Saatavissa: <http://www.palveluosuuskunnat.net/opiskelu/Verkottuminen.htm> [viitattu 22.10.2011]

Hyvä ohjelmapalvelualan yrittäjä,

Olen Mirva Ala-Krekola Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liiketoiminnan logistiikan koulutusohjelmasta ja teen opinnäytetyötä ohjelmapalvelualan käyttämistä logistiikkaohjelmista. Toivoisin että sinulla yrittäjänä olisi mahdollista vastata ohessa olevaan kyselyyn ja palauttaa se viimeistään 20.3.2012 osoitteeseen mirva.ala-krekola@student.kyamk.fi.

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Kymi Technology, joka on kiinnostunut yrittäjäyhteistyön avulla kehittämään logistiikkaohjelmaa ohjelmapalvelualan yrityksille. Toivon että vastaisitte kaikkiin kysymyksiin, mutta halutessanne voitte jättää jonkin kohdan myös tyhjäksi.

Kyselyn avoimiin kysymyksiin vastatessasi voit kirjoittaa tummiin kenttiin. Vastausvaihtoehtolisissa kysymyksissä valitkaa yritystänne parhaiten kuvaava vaihtoehto. Tarvittaessa vaihtoehtoja voi valita useampia.

Ystävällisin terveisin

Mirva Ala-Krekola

**1. Yrityksen tiedot**

- Vastaajan asema yrityksessä
- Kuinka monta työntekijää yrityksenne työllistää sesonkiajan ulkopuolella?
- Entä sesonkiaikana?

**2. Liikevaihto**

- Minkä suuruinen liikevaihto yrityksellänne on vuodessa?
- Onko tavoitteenne kasvattaa liikevaihtoa?  
☐ Kyllä  
☐ Ei
- Jos tavoitteenne on kasvattaa liikevaihtoa, kuinka paljon prosentuaalisesti näette sen olevan mahdollista?

**3. Logistiikka ja sen merkitys**

- Miten ymmärrät sanan logistiikka?
- Mitä logistiikka merkitsee sinulle?

- Entä yrityksellesi?

Liite 2/2

#### 4. Logistiset toiminnot

- Mitä logistisia toimintoja yrityksessäsi on?
  - ☐ Kaluston ja/tai välineiden siirtoa
  - ☐ Asiakkaiden siirtoa
  - ☐ Välineiden huoltoa
  - ☐ Varastointia
  - ☐ Useampia asiakastapahtumia samanaikaisesti eri paikoissa
  - ☐ Muuta, mitä?
- Koetko että logistiikkaohjelman avulla niiden hallinta voisi helpottua?
  - ☐ Kyllä
  - ☐ Ei
  - ☐ En usko, mutta olisin valmis kokeilemaan
  - ☐ En tiedä, mutta olisin valmis ottamaan selvää

#### 5. Logistiikan hallinta

- Miten logistisia toimintoja hallitaan yrityksessänne?
  - ☐ Ei mitenkään
  - ☐ Paperilla
  - ☐ Excel-taulukolla
  - ☐ Ohjelmalla, joka on suunniteltu eri alan käyttötarkoituksiin
  - ☐ Ohjelmalla, joka tehty juuri meille ja vastaa tarpeitamme
  - ☐ Emme käytä mitään ohjelmaa
  - ☐ Emme käytä ohjelmaa, mutta tiedostamme sen tarpeellisuuden
  - ☐ Jotenkin muuten, miten?

#### 6. Logistiikan suunnittelu

- Jos yrityksenne logistiikka on suunniteltua, kuka sitä hoitaa?
  - ☐ Kaikki työntekijät
  - ☐ Tehtävään nimetty henkilö, muiden töiden lisäksi
  - ☐ Logistiikkakoulutuksen saanut työntekijä
  - ☐ Joku muu, kuka?



**7. Keskeiset ongelmat logistiikassa**

Liite 2/3

- Mitkä ovat suurimmat logistiset ongelmat yrityksessänne?
  - ☐ Kaluston ja välineistön siirto
  - ☐ Asiakkaiden siirtäminen
  - ☐ Välineiden sijainnin tarkastus
  - ☐ Välineiden varastointi
  - ☐ Asiakastietojen tarkastus
  - ☐ Laskutuksen tarkastaminen
  - ☐ Asiakaselämyksen suunnittelu
  - ☐ Asiakaselämyksen toteutus
  - ☐ Jokin muu, mikä?

**8. Logistiikkaohjelma**

- Oletteko joskus harkinneet hankkivanne logistiikkaohjelman yrityksenne käyttöön?
  - ☐ Kyllä
  - ☐ Kyllä, muutaman kerran
  - ☐ Ei
  
- Jos olette, mitä ohjelmaa olette harkinneet?

**9. Odotukset logistiikkaohjelmalta**

- Millaisia odotuksia teillä on logistiikkaohjelmalta?
  
  
  
  
  
  
  
  
- Koetteko, että henkilöstöllä on edellytykset logistiikanhallintaohjelman käyttöön?
  - ☐ Kyllä
  - ☐ Ei
  - ☐ Kouluttamisen avulla kyllä

- Onko yrityksellänne mahdollisuus käyttää Internetissä toimivaa logistiikanhallinta ohjelmaa?
  - ☐ Kyllä
  - ☐ Ei
  - ☐ Ei nyt, mutta mahdollisesti tulevaisuudessa

#### 10. Logistiikkaohjelman kehittäminen

- Kiinnostaisiko teitä lähteä kehittämään logistiikkaohjelmaa ohjelmapalvelualan yrityksille?
  - ☐ Kyllä
  - ☐ Ei
  - ☐ En osaa sanoa
- Kuinka paljon olisit valmis sijoittamaan logistiikkaohjelmaan?
- Olisiko yhteensopivuus muiden ohjelmien kanssa tärkeää?
  - ☐ Kyllä
  - ☐ Kyllä, koska siitä voi olla hyötyä tulevaisuudessa
  - ☐ Kyllä, varmuuden vuoksi
  - ☐ Ei tällä hetkellä, mutta ehkä tulevaisuudessa
  - ☐ Ei
- Mitä ominaisuuksia toivot logistiikanhallintaohjelmalta?